

PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *BRAND IMAGE*, DAN *AFTER
SALES SERVICE* TERHADAP *RE-PURCHASE INTENTION*
KONSUMEN MOTOR HONDA SUPRA X
DI SURABAYA



OLEH:

RICO SEPTIAN ALIM PUTRA

3103012103

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016

PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *BRAND IMAGE*, DAN *AFTER
SALES SERVICE* TERHADAP *RE-PURCHASE INTENTION*
KONSUMEN MOTOR HONDA SUPRA X
DI SURABAYA

SKRIPSI S1
Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

OLEH:
RICO SEPTIAN ALIM PUTRA
3103012103

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *BRAND IMAGE*, DAN *AFTER SALES SERVICE* TERHADAP *RE-PURCHASE INTENTION*
KONSUMEN MOTOR HONDA SUPRA X
DI SURABAYA

Oleh:
RICO SEPTIAN ALIM PUTRA
3103012103

Telah Disetujui dan Diterima
Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dra. Ec. Ninuk Muljani, MM.
Tanggal: 13/9/2016

Pembimbing II,



Dra. Ec. M.G. Temengkol, MM.
Tanggal: 19/9/2016

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Rico Septian Alim Putra, NRP: 3103012103
Telah diuji pada tanggal 6 Oktober 2016 dan dinyatakan Lulus oleh Tim
Penguji.

Ketua Tim Penguji,



Dra. Ec. Ninuk Muljani, MM.
NIK. 311.95.0230

Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. Lodovikus Lasdi, MM., AK., CA
NIK. 321.99.0370



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si.
NIK. 311.99.0369

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rico Septian Alim Putra

NRP : 3103012103

Judul Skripsi : Pengaruh *Product Quality*, *Brand Image*, dan *After Sales Service* terhadap *Re-purchase Intention* Konsumen Motor Honda Supra X di Surabaya.

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 19 Oktober 2016

Yang Menyatakan,



(Rico Septian Alim Putra)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir berjudul “Pengaruh *Product Quality*, *Brand Image*, dan *After Sales Service* terhadap *Re-purchase Intention* Konsumen Motor Honda Supra X di Surabaya”. Maksud dan tujuan penyusunan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi persyaratan penyelesaian Program Pendidikan S1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penulis sangat bersyukur karena telah mendapatkan banyak bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak selama proses penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu proses terselesaikannya skripsi ini, khususnya kepada yang terhormat:

1. Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA, selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Robertus Sigit H. L., SE., M.Sc, selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Ibu Dra. Ec. Ninuk Muljani, MM, selaku Dosen Pembimbing I yang memberikan bimbingan kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat selesai dengan baik.
5. Ibu Dra. Ec. M.G. Temengkol, MM, selaku Dosen Pembimbing II yang memberikan bimbingan kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat selesai dengan baik.

6. Ibu Dr. Christina Esti Susanti S.E., M.M., CPM (AP), selaku dosen wali yang membimbing dan memberikan arahan selama penulis berkuliah di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
7. Kepada kedua orang tua, yang telah senantiasa memberikan banyak dukungan, doa, dan motivasi dalam proses penyusunan skripsi dan selama menempuh studi.
8. Kepada kakak: Nico Agusta Alim Putra yang telah memberikan dukungan, doa, dan motivasi dalam proses penyusunan skripsi ini.
9. Kepada teman-teman: Apryanto Banunaek, Mossa Juwana, Fransnardo, Yohanes Aditya, Dewi Asih, Aron Guntoro, Yusuf Hadinata, Deny Andika, dan Teddy Tanjung yang senantiasa memberikan semangat, bantuan, dan arahan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna, baik dari segi penyusunan, tata bahasa, ataupun penulisannya, mengingat keterbatasan waktu, pikiran, tenaga, dan materi yang ada pada diri penulis. Oleh sebab itu, tidak menutup kemungkinan penulis bersedia menerima kritik dan saran dari semua pihak.

Surabaya, September 2016



Rico Septian Alim Putra

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	11
2.2.1 <i>Product Quality</i>	11
2.2.2 <i>Brand Image</i>	13
2.2.3 <i>After Sales Service</i>	15
2.2.4 <i>Re-purchase Intention</i>	17

2.3 Hubungan Antar Variabel	18
2.3.1 Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Re-purchase Intention</i>	18
2.3.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Re-purchase Intention</i>	19
2.3.2 Pengaruh <i>After Sales Service</i> terhadap <i>Re-purchase Intention</i>	20
2.4 Model Penelitian	21
2.5 Hipotesis	21
BAB 3 METODE PENELITIAN	22
3.1 Desain Penelitian	22
3.2 Identifikasi Variabel	22
3.3 Definisi Operasional Variabel	22
3.4 Jenis dan Sumber Data	24
3.5 Pengukuran Variabel	25
3.6 Alat dan Metode Pengumpulan Data	25
3.7 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel ...	26
3.8 Teknik Analisis Data	27
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Karakteristik Responden	33
4.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	36
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Penelitian	41
4.4 Uji Asumsi Klasik	43
4.5 Analisis Regresi Berganda	44
4.6 Uji Koefisien Determinasi Berganda	46
4.7 Pengujian Hipotesis	46
4.8 Pembahasan	48

4.8.1 Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap	
<i>Re-purchase Intention</i>	48
4.8.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap	
<i>Re-purchase Intention</i>	48
4.8.3 Pengaruh <i>After Sales Service</i> terhadap	
<i>Re-purchase Intention</i>	49
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	50
5.1 Simpulan	50
5.2 Saran	51
DAFTAR KEPUSTAKAAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Penjualan Sepeda Motor Nasional (Januari-Juni 2014)..<	2
Tabel 1.2 Data Penjualan Sepeda Motor Bebek Terlaris	
Januari-November 2015	3
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Sekarang	10
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin....	33
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	34
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	34
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan	
Lama Penggunaan	35
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	35
Tabel 4.6 Interval Rata-Rata Skor	36
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Product Quality</i>	37
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	38
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>After Sales Service</i>	39
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Re-purchase Intention</i>	40
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Indikator Variabel Penelitian	41
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	43
Tabel 4.13 Uji Multikolinearitas	44
Tabel 4.14 Analisis Regresi Berganda	46

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	21

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Jawaban Mengenai Karakteristik Responden
- Lampiran 3a Jawaban Responden Mengenai Variabel *Product Quality* (X_1)
- Lampiran 3b Jawaban Responden Mengenai Variabel *Brand Image* (X_2)
dan *After Sales Service* (X_3)
- Lampiran 3c Jawaban Responden Mengenai Variabel *Re-purchase Intention* (Y)
- Lampiran 4 Tabel Frekuensi Karakteristik Responden
- Lampiran 5 Statistik Deskriptif Variabel
- Lampiran 6 Uji Validitas
- Lampiran 7 Uji Reliabilitas
- Lampiran 8 Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 9 Analisis Regresi Berganda

**Pengaruh *Product Quality*, *Brand Image*, dan *After Sales Service*
terhadap *Re-purchase Intention* Konsumen Motor
Honda Supra X Di Surabaya**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Product Quality*, *Brand Image* dan *After Sales Service* terhadap *Re-purchase Intention* konsumen motor Honda Supra X di Surabaya. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan program SPSS for Windows. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Karakteristik sampel dalam penelitian ini, yaitu, pernah membeli dan menggunakan motor Honda Supra X minimal dalam 1 tahun terakhir, berusia minimal 22 tahun, dan berdomisili di Surabaya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Product Quality* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Re-purchase Intention*, *Brand Image* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Re-purchase Intention*, dan *After Sales Service* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Re-purchase Intention* konsumen motor Honda Supra X di Surabaya. Hasil ini diperkuat dengan hasil uji validitas, reliabilitas, dan pengujian kecocokan model pada masing-masing indikator pada setiap variabel.

Kata kunci: *Product Quality*, *Brand Image*, *After Sales Service*, *Re-purchase Intention*.

The Effect of Product Quality, Brand Image, and After Sales Service to Re-purchase Intention Consumer of Honda Supra X Motorcycle In Surabaya

ABSTRACT

This study wanted to find out and explain the influence of Product Quality toward Re-purchase Intention, Brand Image toward Re-purchase Intention, and After Sales Service toward Re-purchase Intention consumer of Honda Supra X motorcycle in Surabaya. Data analysis technique used is multiple regression analysis and using SPSS for Windows program. This study took a sample 100 respondents. Sample characteristic in this research is in the last 1 year ever buy and use Honda Supra X motorcycle, aged at least 22 years old, and is domiciled in Surabaya.

These results indicate that the Product Quality significant and positive impact on the Re-purchase Intention, Brand Image significant and positive impact on the Re-purchase Intention, and After Sales Service significant and positive impact on Re-purchase Intention on the consumer of Honda Supra X motorcycle in Surabaya. These results were confirmed by the results of test validity, reliability, and compatibility testing of models in each of the indicators in each variable.

Keywords: *Product Quality, Brand Image, After Sales Service, Re-purchase Intention.*